

CAPITULO IV

4. LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION ESTADISTICA.

4.1 Importancia de la Estadística como Herramienta de Investigación.

La estadística constituye una herramienta muy importante para cualquier tipo de investigación, ya que por medio de ella se puede tener una visión clara de cualquier análisis, por lo tanto se podrán tomar decisiones que servirán para su desarrollo.

La estadística es útil en todos los campos ya que trata de la recopilación, organización, presentación, análisis e interpretación de los fenómenos económicos, sociales, naturales, etc., con la finalidad de obtener resultados idóneos necesarios como elementos de una investigación.

4.2 Alcance e Importancia de la Encuesta en el Mundo Moderno.

Debemos entender que la estadística ha sido y es un instrumento de la investigación necesario para hacer análisis específicos sobre algún tema determinado, y dicha investigación se la puede hacer por medio de encuestas o entrevistas.

Las encuestas constituyen un elemento significativo ya que por medio de ellas podemos obtener información de un grupo de personas a quienes se les aplica un formulario previamente impreso con cuestionarios o preguntas. En la presente investigación hemos trabajado con encuestas mixtas, pero es necesario dar una breve descripción de los tipos de encuestas que existen:

Un cuestionario o una encuesta puede ser de tipo abierto, cerrado y mixto., pero es necesario dar una breve descripción de los tipos de encuestas que existen:

Cuestionario Abierto: Es aquel en el cual el individuo encuestado puede responder brevemente.

Cuestionario Cerrado: Es aquel en el que el individuo encuestado puede responder si, no o quizás.

Cuestionario Mixto: Es aquel en el cual se utiliza la combinación de los anteriores.

4.3 Diseño de las Encuestas a ser Realizadas..

En el afán de levantar información que permita establecer las condiciones en las que se desenvuelve el mercadeo y consumo de las comidas rápidas se diseña una encuesta bajo los siguientes parámetros:

Para conseguir la colaboración de los encuestados se evitará tocar aspectos financieros y de salarios así como también datos que de una u otra manera pudiesen dar la idea de intromisión en aspectos concernientes exclusivamente a cada una de las empresas, es por esto que tanto directivos o administradores así también como a personal de base se preguntará sobre aspectos generales concernientes al mercadeo, tales como: horas de mayor consumo, platos más vendidos, que disponibilidad de servicio tienen, etc.

***4.3.1 Muestra de la primera
encuesta a ser realizada a nivel
Gerencial - Administrativo.***

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CARGO: ADMINISTRADOR : ☐ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

4.3.2 Datos Obtenidos de las Encuestas.

Tamaño de las encuestas = 10

Administración del local

Administrador = 9 = 90 %

Gerente = 1 = 10 %

Tiempo de permanencia en el cargo

= 1 Año = 4 = 40 %

> 1 Año = 6 = 60 %

Edades de los clientes

0 - 20 = 1 = 10 %

$$0 - 30 = 8 = 80 \%$$

$$> 30 = 1 = 10 \%$$

Horas de mayor demanda de clientes

$$\text{Mañana} = 1 = 10 \%$$

$$\text{Tarde} = 6 = 60 \%$$

$$\text{Noche} = 1 = 10 \%$$

Plato preferido

$$\text{Típico de la casa} = 5 = 50 \%$$

$$\text{Otros} = 5 = 50 \%$$

Servicio a domicilio

$$SI = 7 = 70 \%$$

$$NO = 3 = 30 \%$$

Volumen de ventas a domicilio

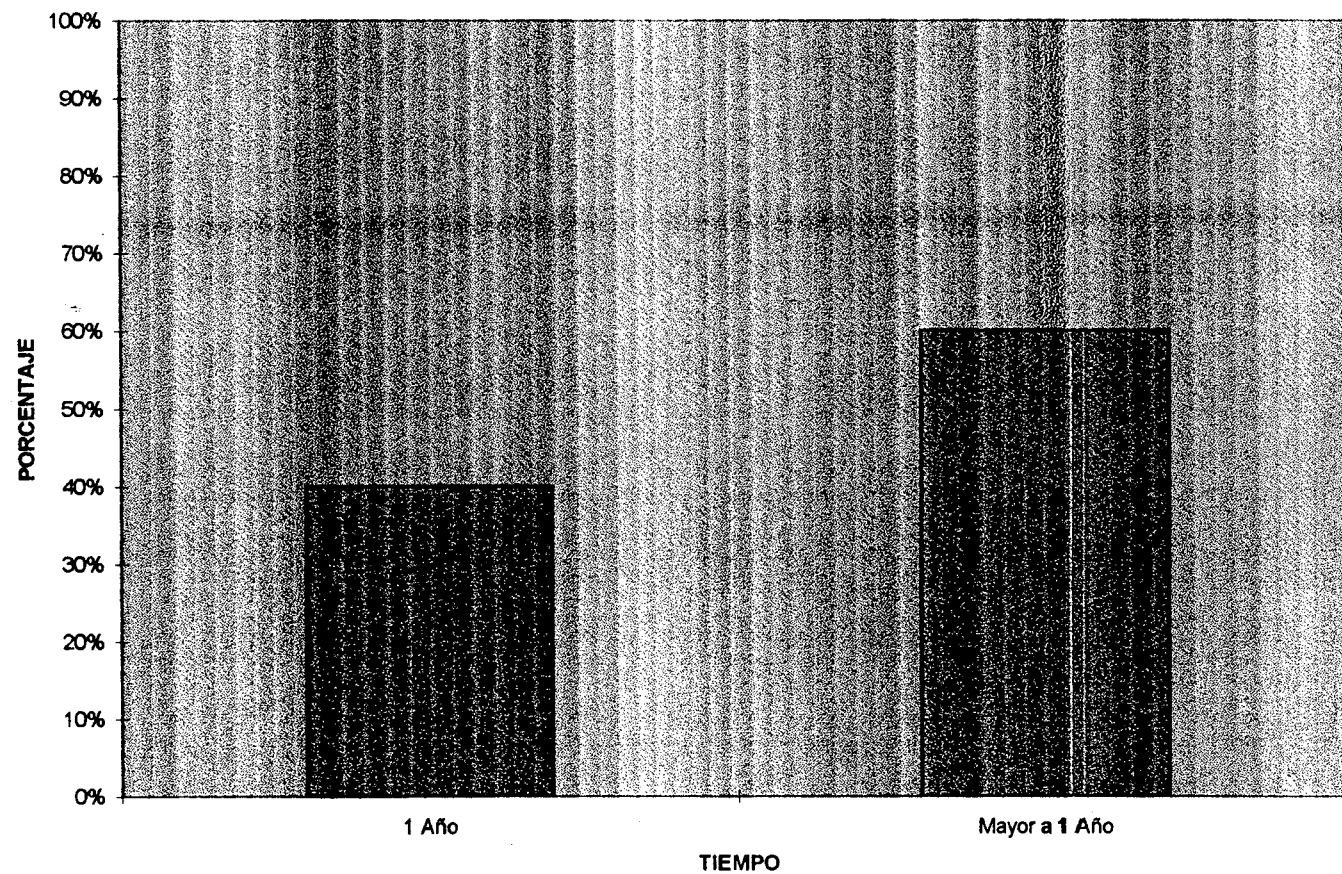
$$Mucho = 1$$

$$Mediano = 6$$

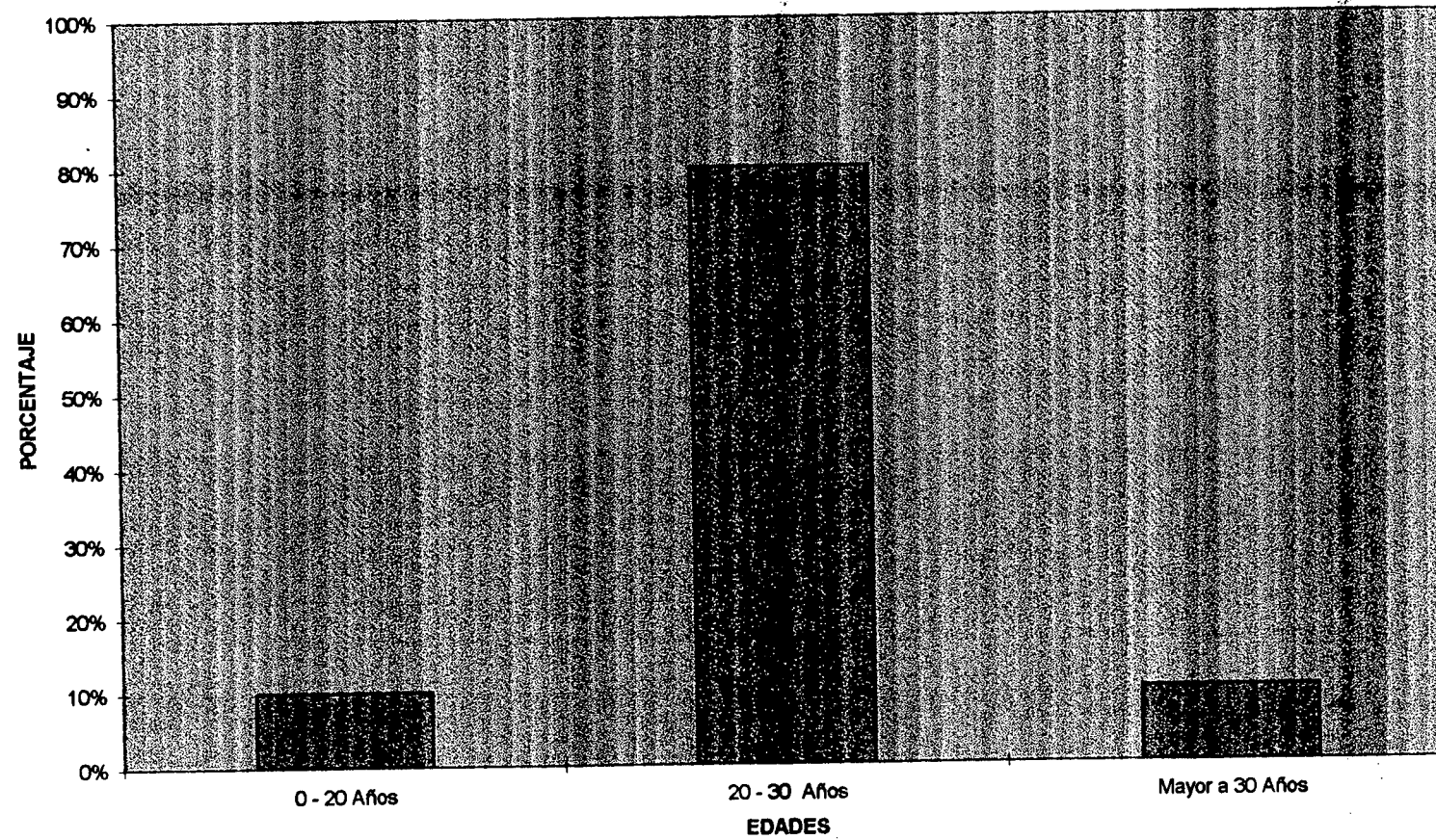
$$Poco = 3$$

4.3.3 Gráficos de las Encuestas Realizadas a Nivel Gerencial y Administrativo.

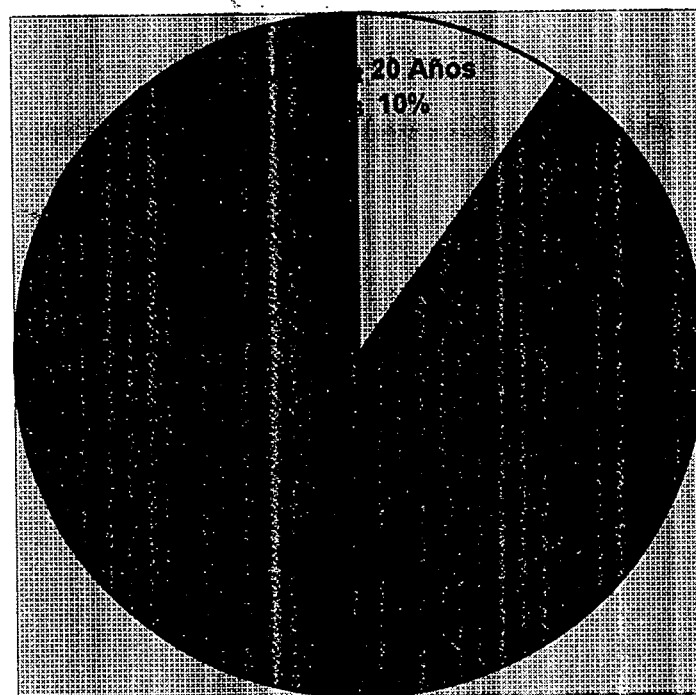
TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO DEL ADMINISTRADOR DEL LOCAL



EDADES DE LOS CLIENTES

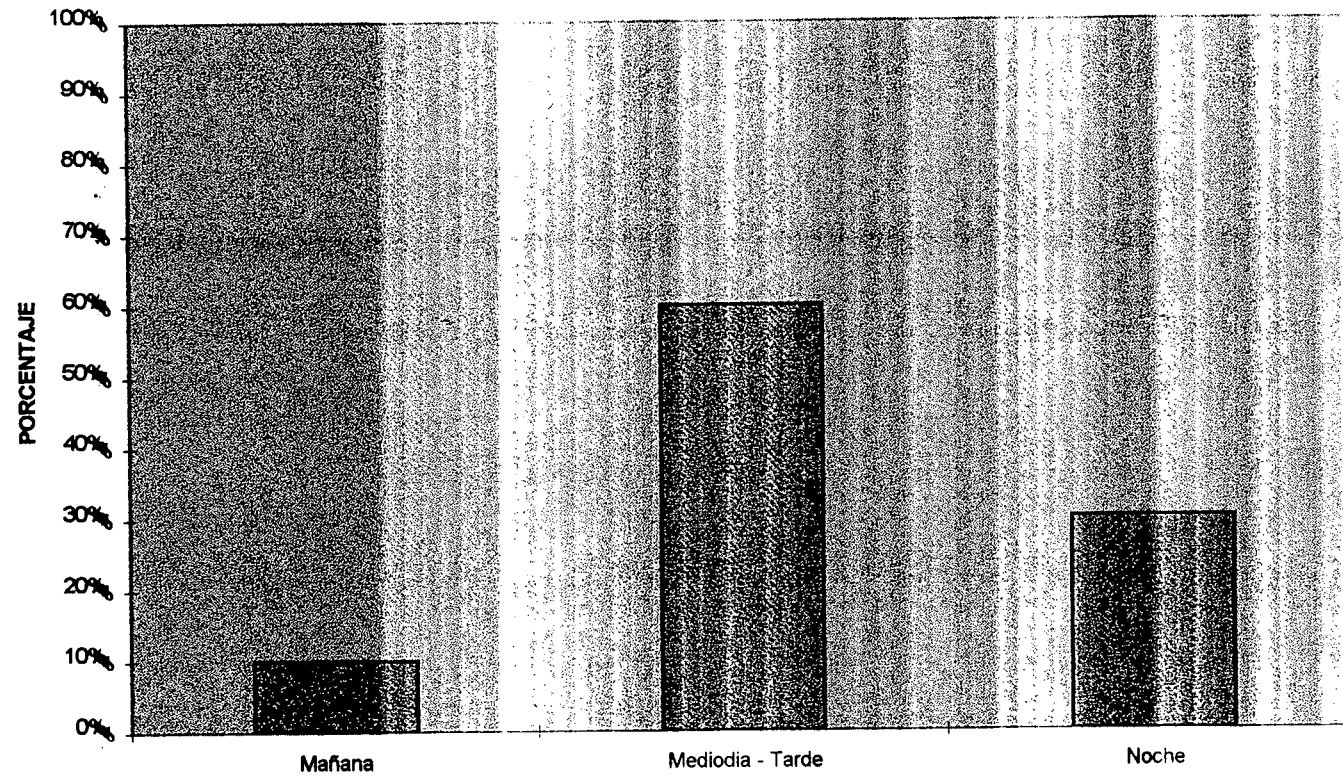


EDADES DE LOS CLIENTES

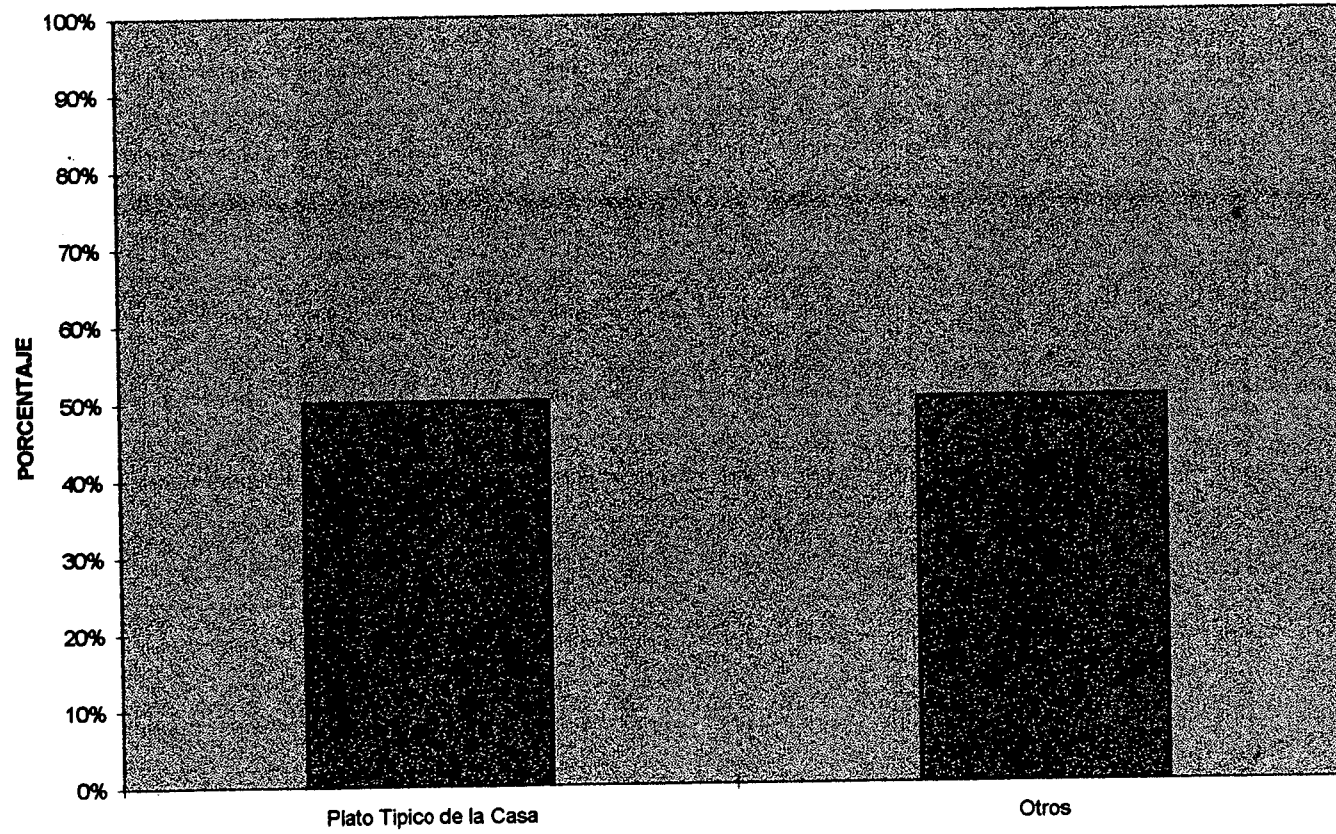


- 0 - 20 Años
- 20 - 30 Años
- Mayor a 30 Años

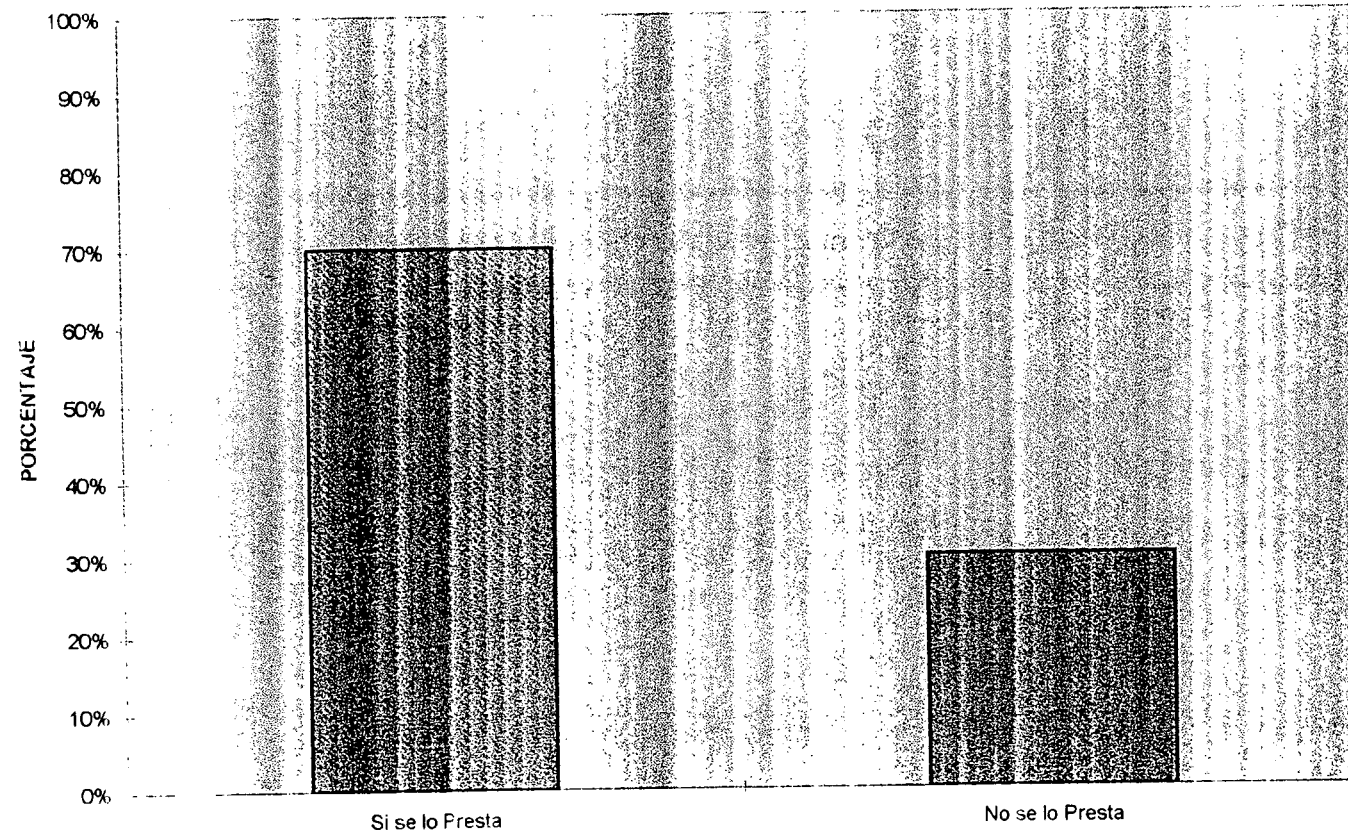
HORAS DE MAYOR DEMANDA



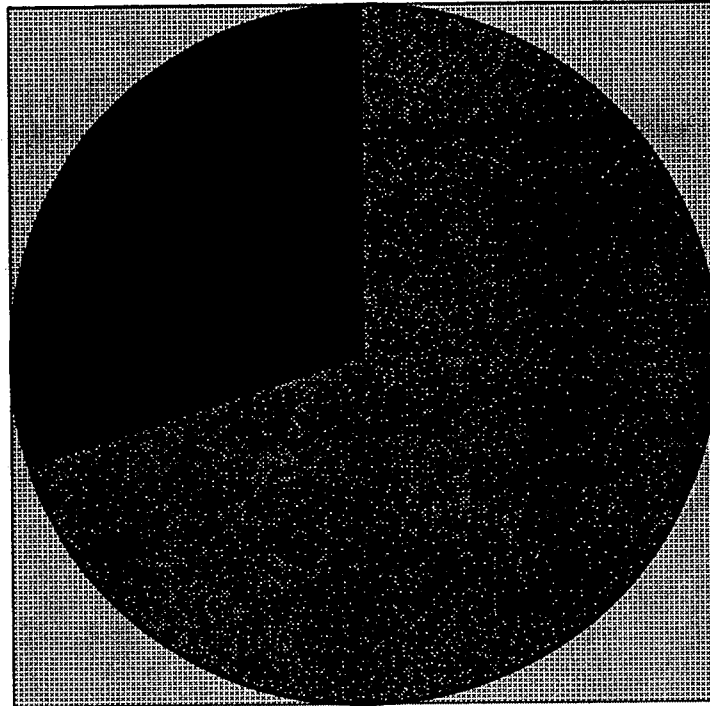
PLATO CONSUMIDO



SERVICIO A DOMICILIO

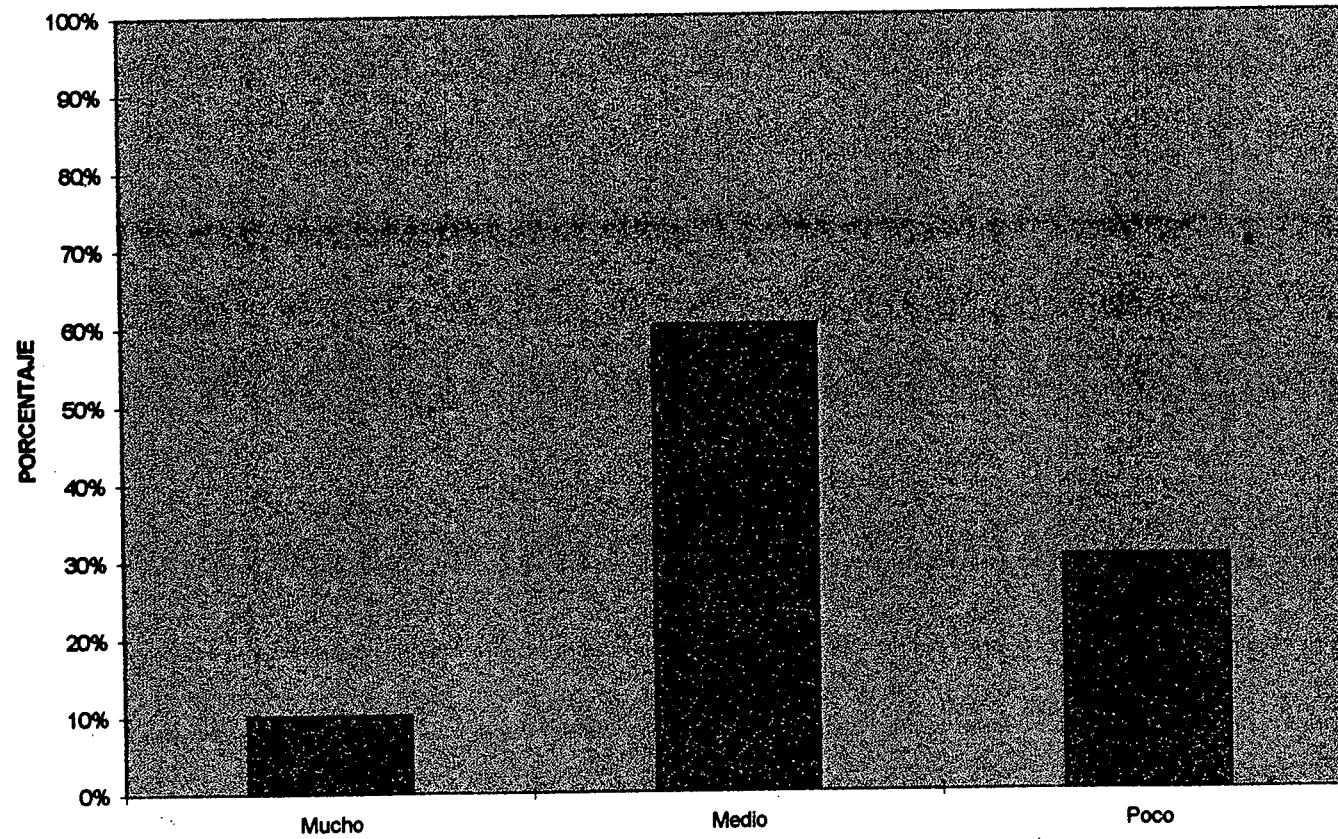


SERVICIO A DOMICILIO

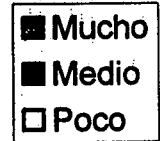
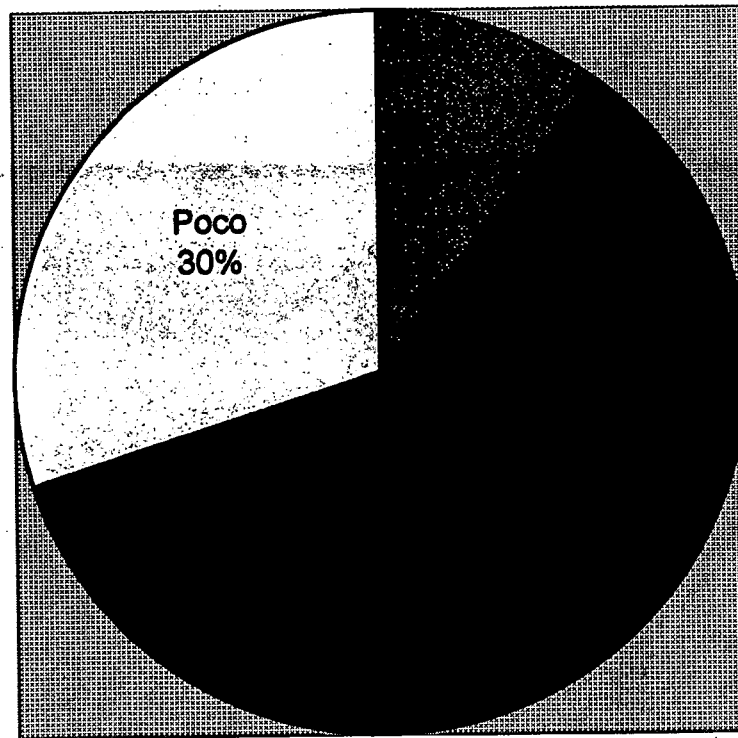


■ Si se lo Presta
■ No se lo Presta

VOLUMEN DE VENTAS A DOMICILIO



VOLUMEN DE VENTAS A DOMICILIO



4.3.4 Conclusiones de las Encuestas Realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.

A continuación se detallan las conclusiones a las que se llega, luego de analizar los datos de la encuesta realizada a personal responsable de la Administración y/o Gerencia de los locales más representativos de las Empresas seleccionadas.

Administración del Local y su Tiempo de Permanencia en el Cargo:

En la parte concerniente a la confiabilidad de los datos suministrados por los Administradores o Gerentes, podemos decir que es alta, ya que en su 60 % han permanecido en el cargo por un tiempo superior al año, lo que nos permite concluir que sus respuestas corresponden a experiencias reales vividas durante su vigencia en el cargo.

Edades de los Clientes: *Se puede concluir que a nivel de la ciudad de Quito, el 80% de los clientes de Comida Rápida, están ubicados entre los 20 a 30 años, lo cual ratifica la tendencia existente a nivel mundial; es decir que, es la población económicamente activa y sin mayores cargas familiares aún, la que orienta sus principales necesidades alimenticias a las Comidas Rápidas.*

Horas de mayor demanda de Clientes: En lo referente al horario de consumo, se concluye que un importante porcentaje, esto es el 60 % de las ventas se las hace en el intervalo del medio día y las primeras horas de la tarde, lo cual permite concluir que la mayoría de los clientes están almorzando bajo el régimen de la comida rápida

Plato Preferido: De las antes referidas encuestas se concluye que las empresas de comida rápida realmente han tenido éxito en su estrategia de promocionar un producto estrella como símbolo de su empresa y alrededor de él una serie de productos que se complementan o son una alternativa del producto principal, esto se hace evidente en el hecho de que el 50 % de las ventas se deben al producto estrella y el otro 50 % restante se debe a platos complementarios.

Servicio a Domicilio: Se puede concluir además que las exigencias del mercado prácticamente han obligado a que un 70 % que al negocio de las comidas rápidas se dedican implementen el sistema de entrega a domicilio lo cual ya se había anotado en páginas anteriores que obedece a la tendencia actual de los servicios en los que no solo se cuida la calidad del producto sino la forma en que llega al cliente.

Volumen de Ventas a Domicilio: Finalmente y en secuela de lo que se concluyó en el punto anterior, se observa que el servicio a domicilio se lo mantiene a pesar de que el 60 % de las empresas encuestadas manifiestan de que por esta vía las ventas tienen tan solo un volumen mediano.

***4.3.5 Diseño de la Encuesta a ser
Realizada al Personal de Entrega
a Domicilio***

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DÍA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

HORARIO DEL SERVICIO:

PLATO MAS VENDIDO:

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☐

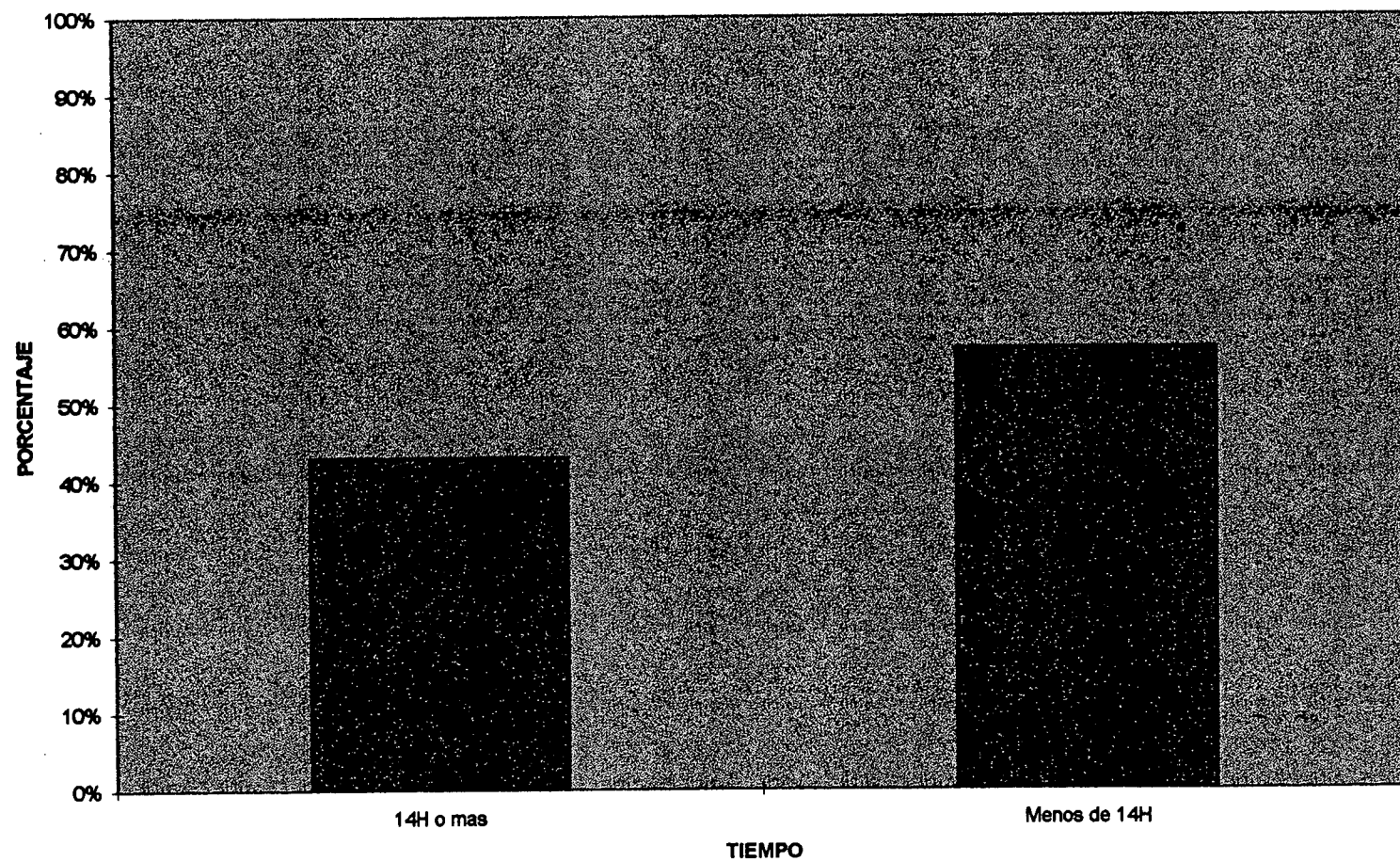
Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

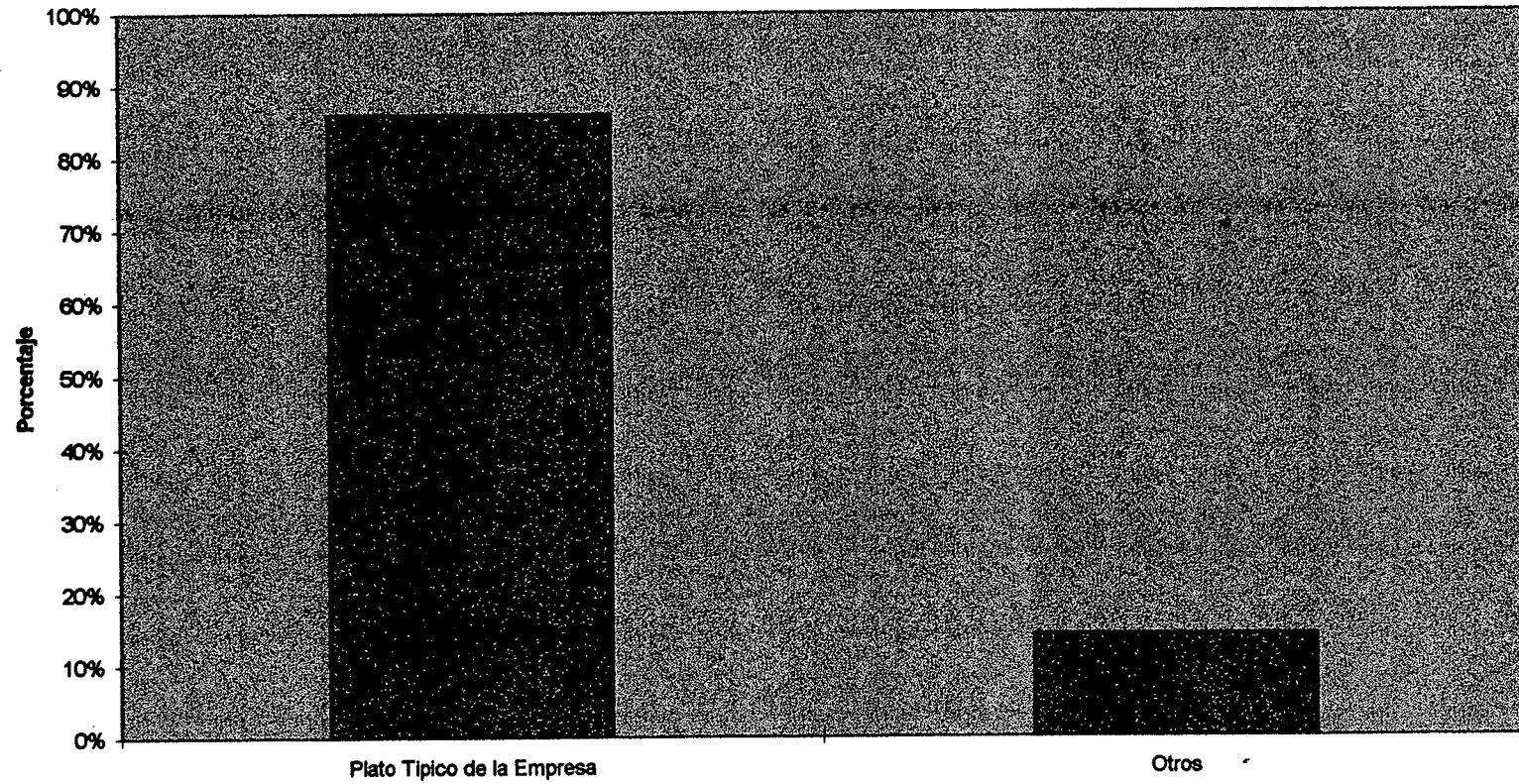
LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☐

***4.3.7 Gráficos de las Encuestas
realizadas al personal de Entrega
a Domicilio.***

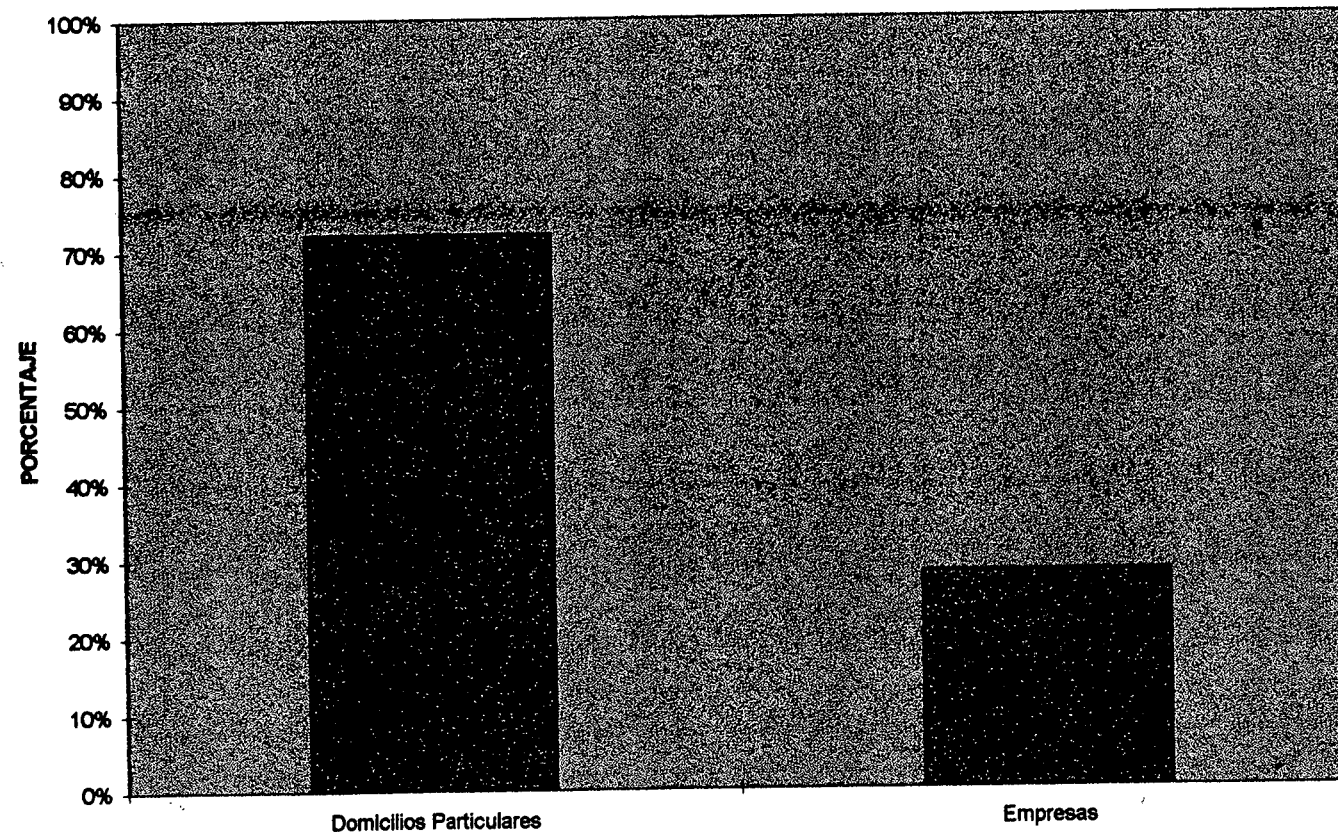
HORARIO DE SERVICIO



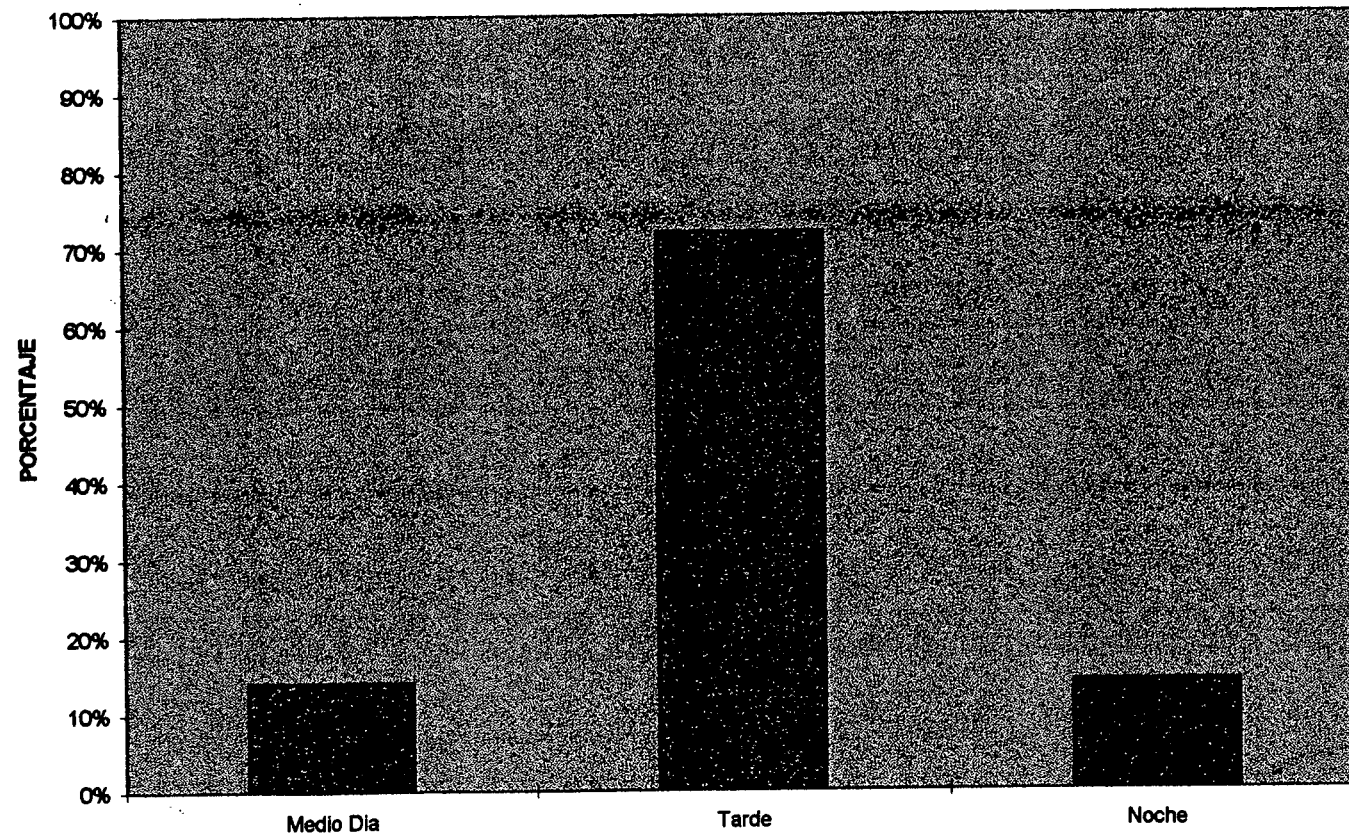
PLATO MAS VENDIDO



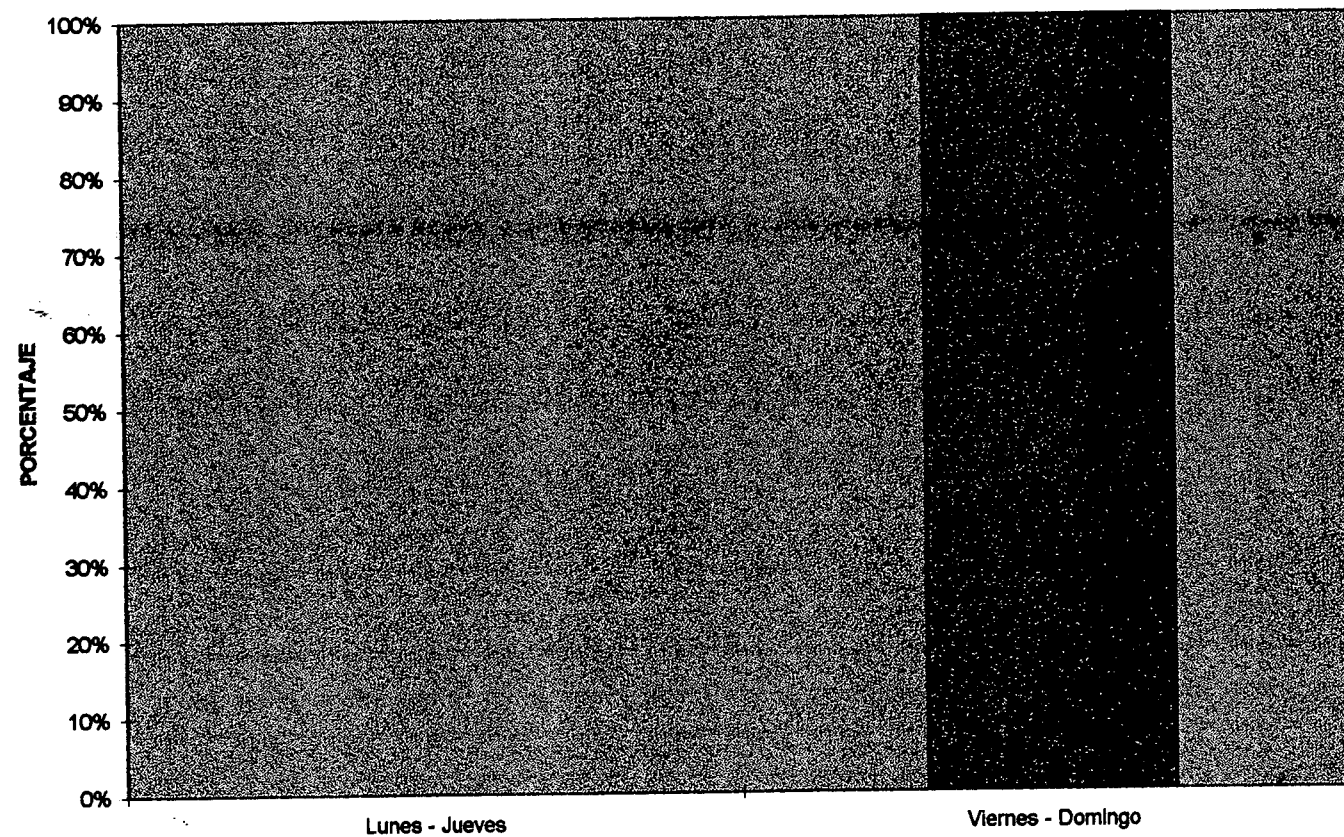
SITIO DE ENTREGA



HORARIOS DE MAYOR DEMANDA



DIAS DE MAYOR DEMANDA



4.3.8 Conclusiones de las Encuestas realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.

Si bien es cierto que es importante la opinión del Administrador o Gerente para conocer el desenvolvimiento de tal o cual empresa, también lo es la opinión del personal que se encarga de entregar el producto en el domicilio del cliente, razón por la cual ellos también fueron oportunamente encuestados, siendo las conclusiones de este trabajo las que a continuación se detallan.

Horario de Servicio: *Se puede concluir que la ciudad de Quito tiene un nivel aceptable de cobertura de Comida Rápida en lo que a tiempo de entrega se refiere ya que un 43 % de las empresas ofrecen sus servicios por 14 horas o más de cada día y un 57 % lo hace entre 10 y 14 horas.*

Plato más Vendido: *Cuando se solicita un servicio a domicilio se trata, se observa que un enorme 86 % de la clientela solicita el producto estrella de la empresa y no así los platos complementarios. Valga el ejemplo de cuando se solicita a una empresa de Pollo Brosterizado, el pedido se circunscribe únicamente al Pollo y muy rara vez a sus complementos, como no sucede cuando el cliente visita el local.*

Sito de entrega: En cuanto a la solicitud de entrega a domicilio es en un alto porcentaje (72 %) originaria de domicilios particulares lo cual explica el porque no piden platos complementarios como se hizo notar en la conclusión anterior.

Horas de Mayor Demanda: Es de singular significación el hecho de que el 72 % de los pedidos se hagan en horas de la tarde, lo que querría decir que en el aspecto de entrega a domicilio los cliente cenar Comida Rápida.

Días de Mayor Demanda: Finalmente se puede concluir que un amplísimo porcentaje (casi el 100 %) de las entregas a domicilio se hacen entre el viernes y el domingo, lo que permite concluir que los clientes de Comida Rápida a domicilio son grupos familiares antes de individuos aislados.

ANEXO. 1

JUSTIFICACION DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS

[illegible][illegible]

PIZZERIAS

- ▲ PIZZA HUT
- ▲ Ch' Farina
- ▲ El Hornero

[illegible]

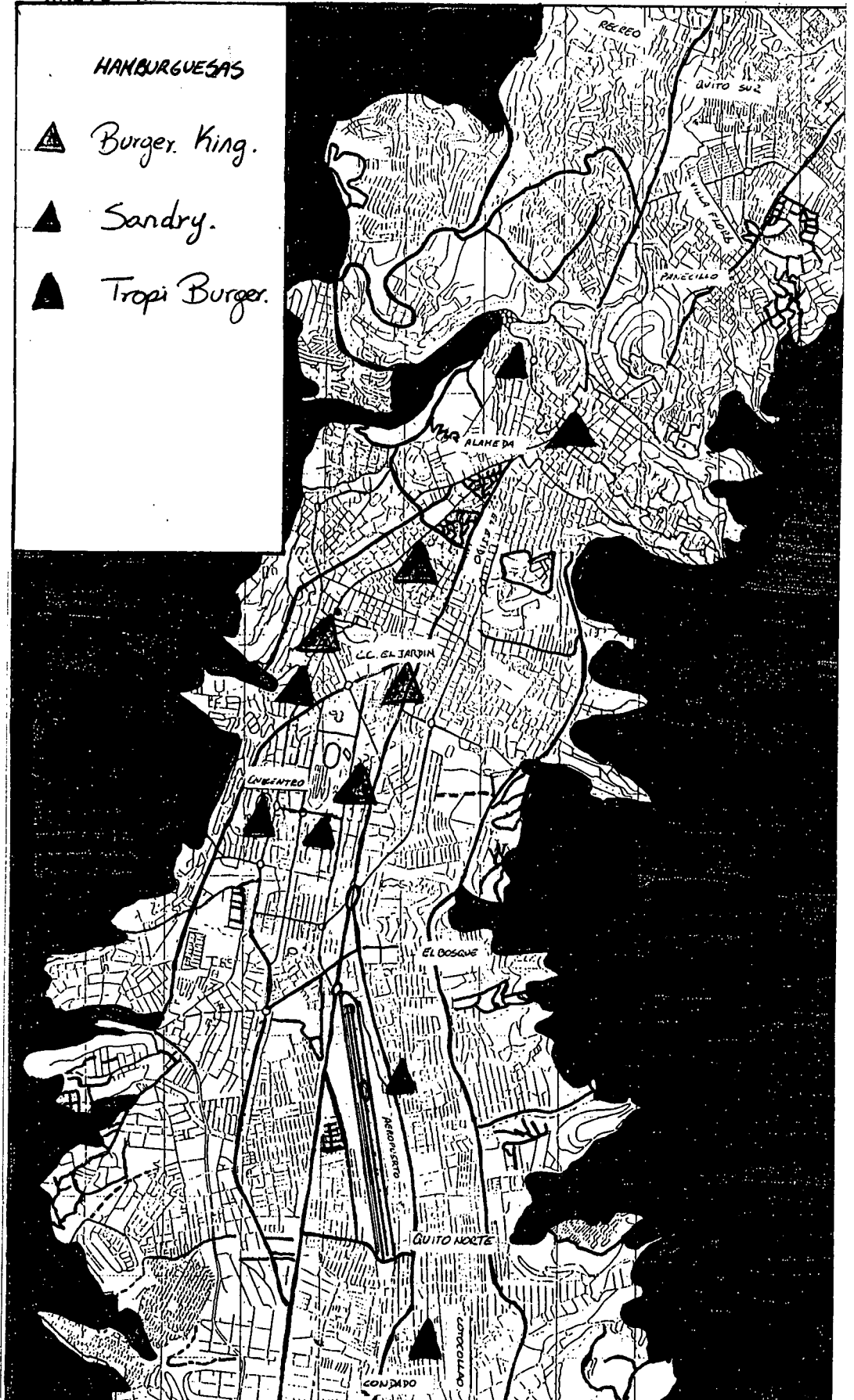
PIZZERIAS

- ▲ PIZZA HUT
- ▲ Ch' Farina
- ▲ El Hornero

ANEJO No 2

HAMBURGUESAS

- ▲ Burger King.
- ▲ Sandry.
- ▲ Tropi Burger.

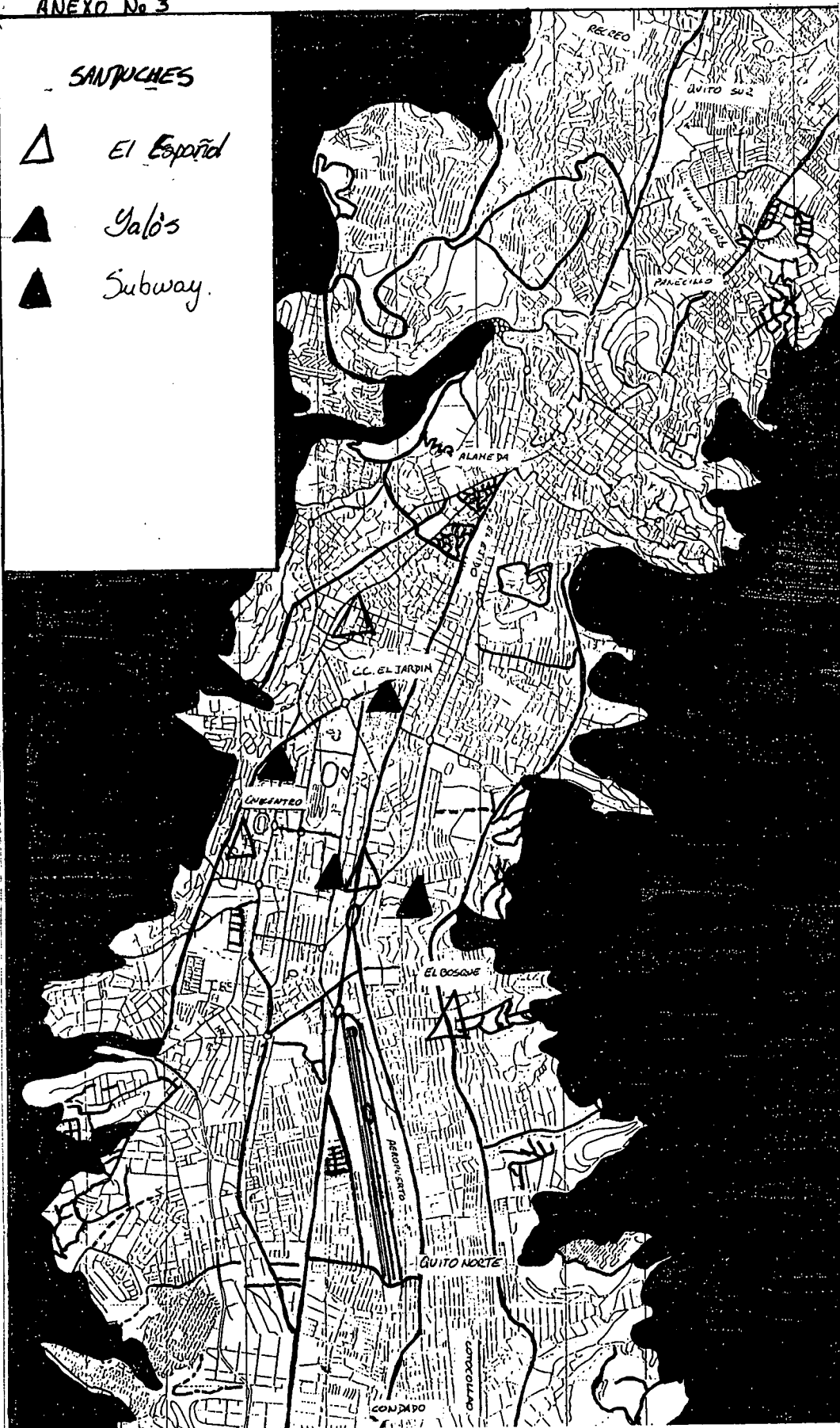


SANDUCHES

△ El Español

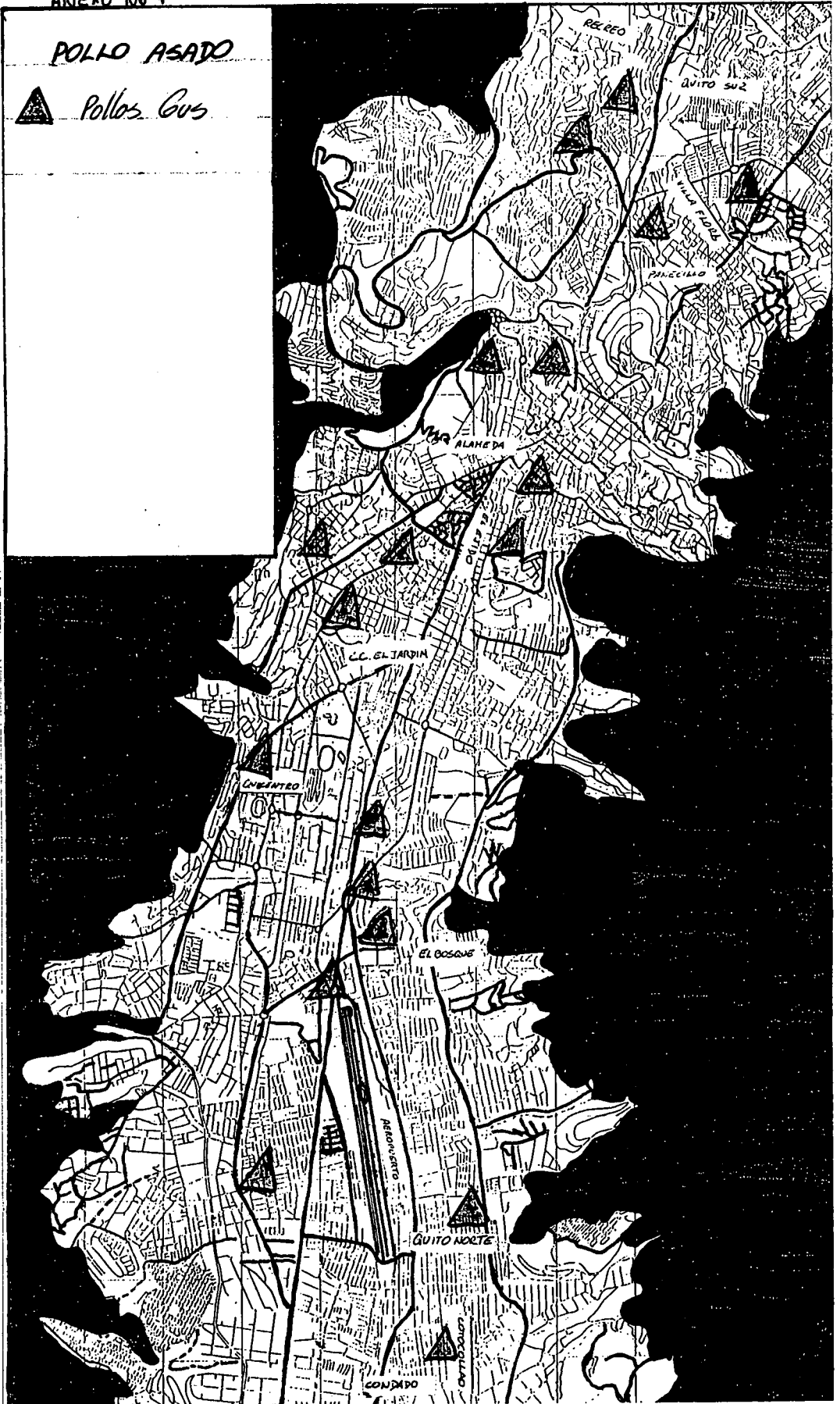
▲ Galo's

▲ Subway



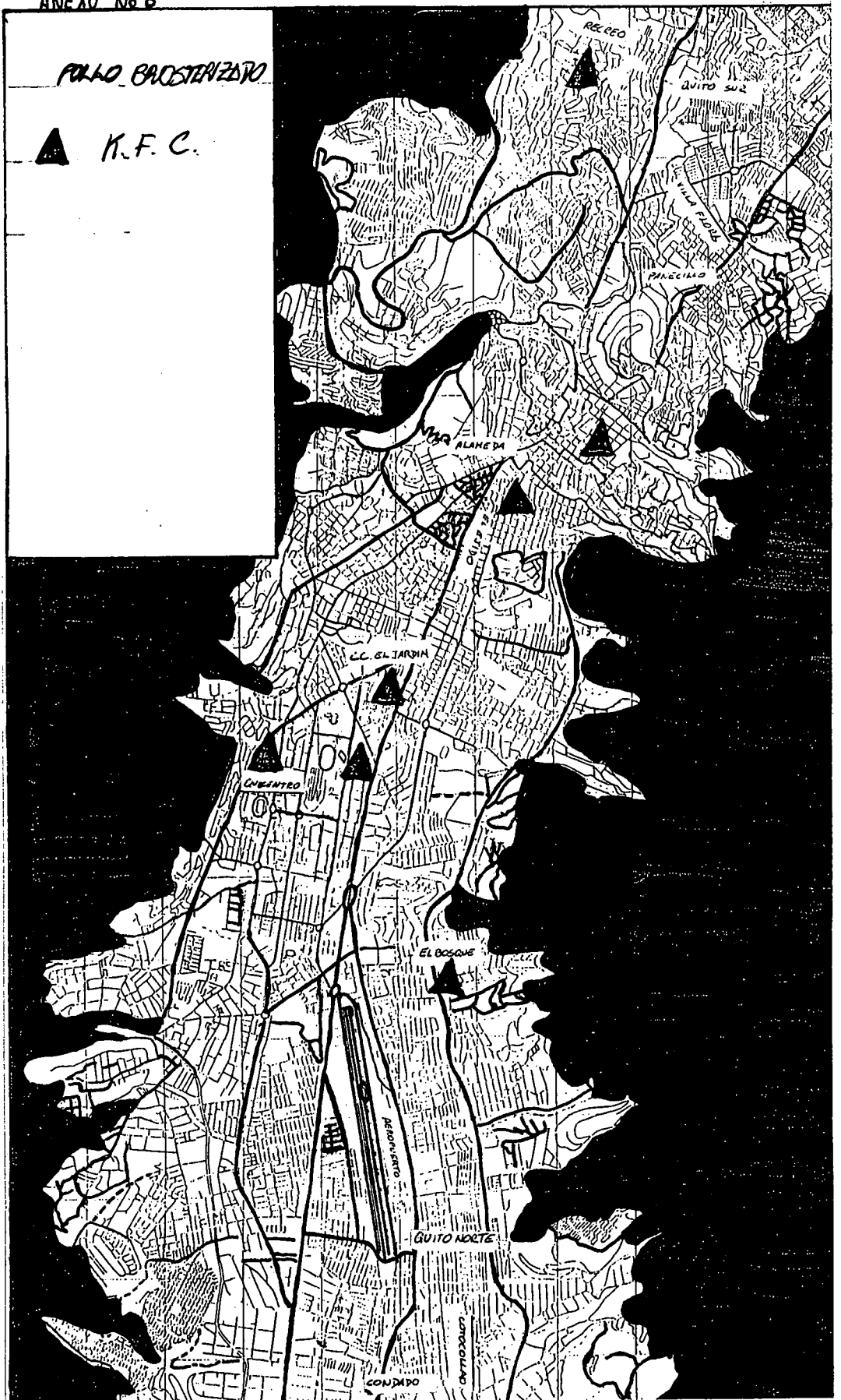
POLLO ASADO

▲ Pollos Gus



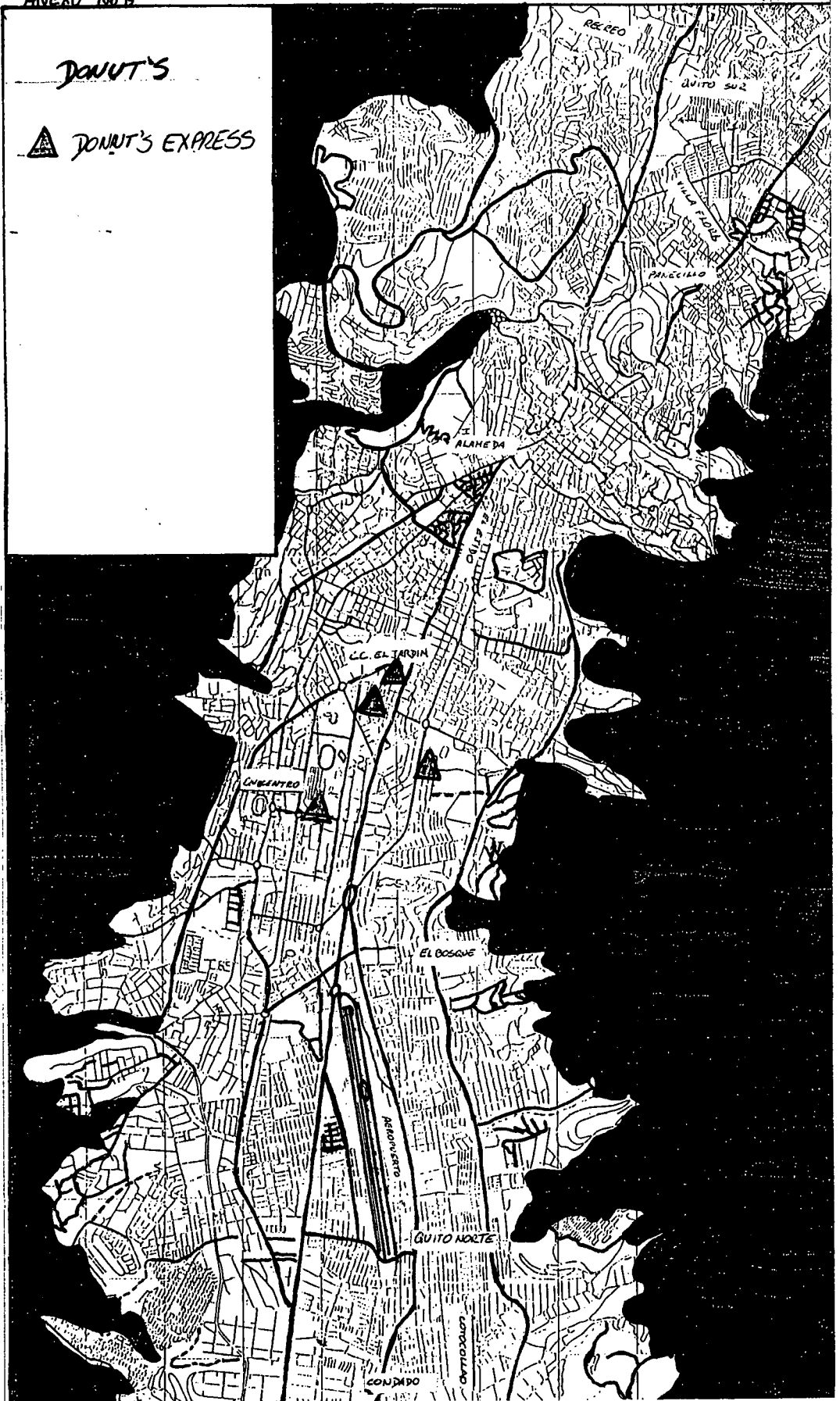
PARQUE BASTIENZANO

▲ K.F.C.



DONUT'S

▲ DONUT'S EXPRESS



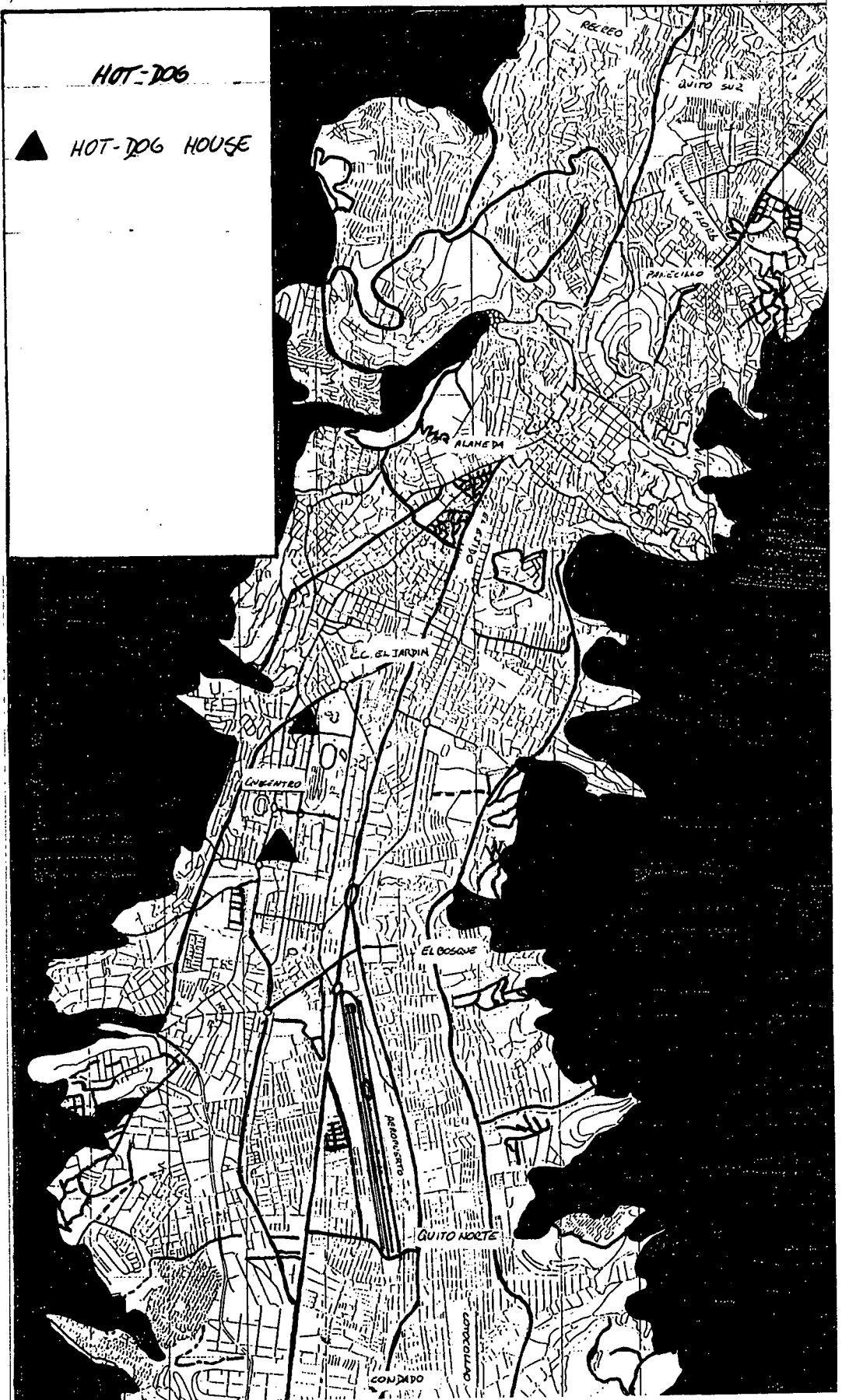
Δ CEVICHES RUMINANT



HOT-DOG



HOT-DOG HOUSE



ANEXO 2

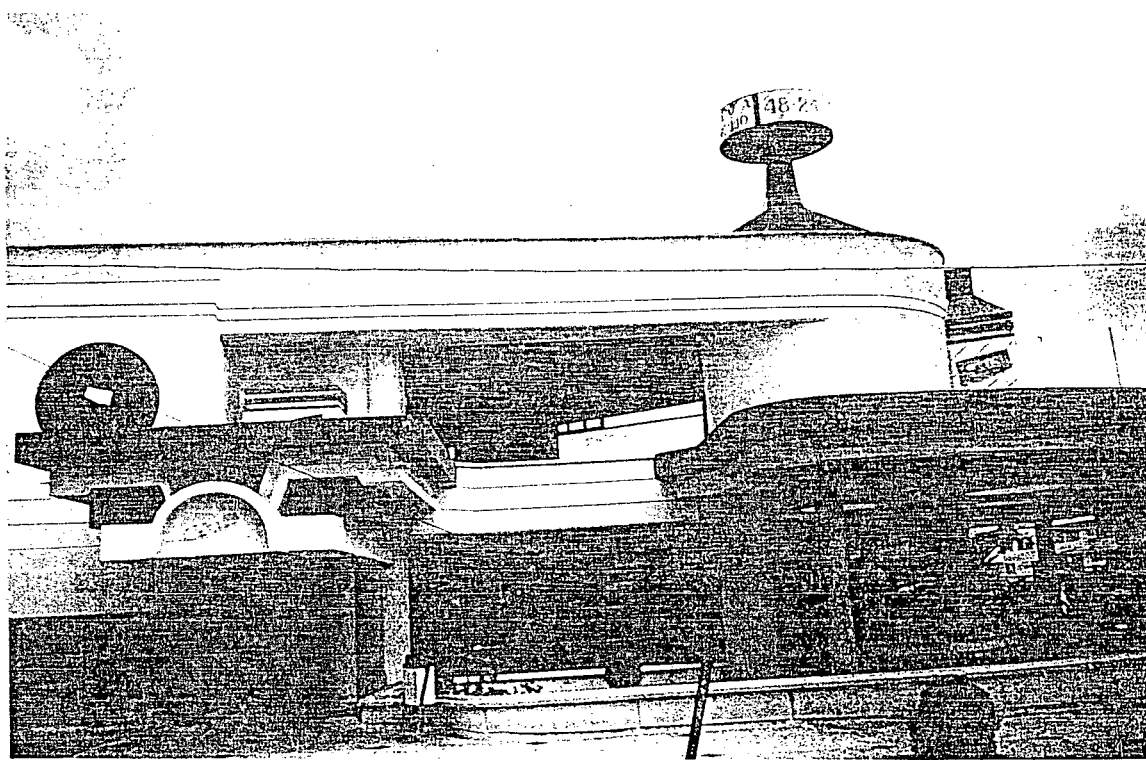
FOTOGRAFIAS DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS

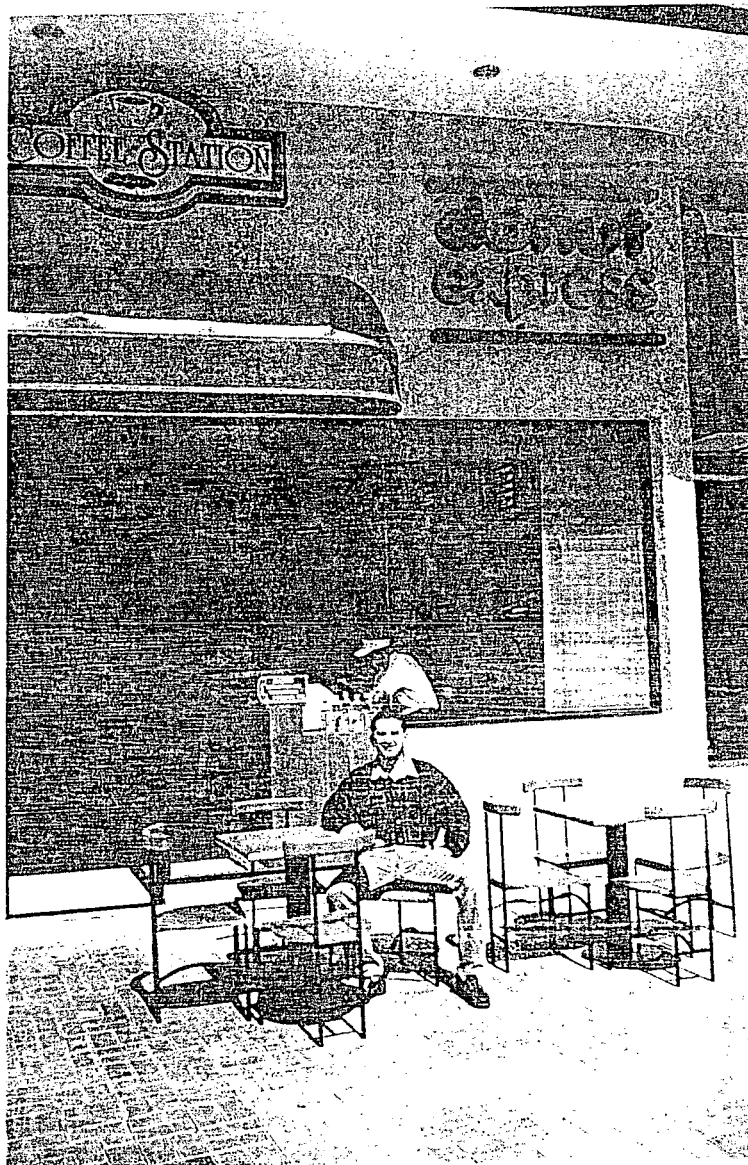














ANEXO 3

ENCUESTAS REALIZADAS A AS EMPRESAS SELECCIONADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CH' FARINA

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Pizza Especial CH' Farina

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☒ MEDIANO ☒ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

EL HORNERO

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☐ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Pizza Especial El Hornero

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

BURGER KING

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Promexión (Whisper)

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----EL ESPAÑOL-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Tipico Sonoluche Español.

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----POLLOS GUS-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☒

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Promocion (Combi 4)-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----K.F.C.-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Polla Broster-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CEVICHE'S PUHINAHUI

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Ceviche de Camarón

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

DONUT EXPRESS

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Donut de Chocolate

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CHIFA HOY FLOWER

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☒

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Chorizo Especial

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

HOT DOG HOUSE

CARGO: ADMINISTRADOR : ☐ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☒ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Tipico Hot Dog Americano

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CH' FARINA

HORARIO DEL SERVICIO:

14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

Pizza Especial Ch. Forno

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☐

Noche ☒

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----HORNER-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Más de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Pizza Especial "El Hornero"-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----POLLOS GUS.-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Más de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----POLLO (PROMEDIOS)-----

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☒

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----KFC-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Menos de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Tipico Polla Broster-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☒

Tarde ☐

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

EL ESPAÑOL

HORARIO DEL SERVICIO:

Menos de 14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

Típico Sandwich Español

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☒

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

MAY FLOWER

HORARIO DEL SERVICIO:

Menos de 14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

ca. OTROS (De Todo)

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----HOT DOG HOUSE-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Menos de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Típico Hot Dog Americano-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

CONCLUSIONES

Luego del desarrollo del presente trabajo se puede concluir que el incipiente comienzo de la Comidas Rápidas en los años setenta y su posterior auge y desarrollo en las posteriores dos décadas es una consecuencia lógica de la globalización de las condiciones socio - económicas a nivel mundial, las cuales exigen de la sociedades un ritmo de trabajo rápido y eficiente, lo cual obligadamente deja de lado la satisfacción de las necesidades como la alimentación en condiciones de antaño, es decir, el desplazamiento del individuo a su hogar para el almuerzo y su posterior regreso al sitio de trabajo, esto lamentablemente ya no va más, crea automáticamente la necesidad de alimentarse en el menor tiempo posible, siendo en ese ámbito donde las empresas de Comidas Rápidas han proliferado con notable éxito, ofreciendo no solamente calidad y celeridad en sus productos gastronómicos, sino también variedad que es lo que permite que dichas empresas puedan subsistir a lo largo del tiempo.

También se puede manifestar que son varias las empresas a nivel mundial las que en las últimas décadas las que han incursionado con mucho éxito en el mercado local y de la información recabada será aún más su influencia en la próxima década.

RECOMENDACIONES

Luego de la investigación realizada resulta claro que no ha sido posible realizar una cobertura en profundidad del tema expuesto razón por la cual se recomienda futuras investigaciones en forma más pormenorizada, con la condición de que en este aspecto de la gastronomía y restauración ecuatoriana queden suficientemente documentadas con la finalidad de que a futuro sirvan como fuente de información para proyectos que en esta área el país quiera desarrollar, ya que solamente conociendo a cabalidad nuestros recursos y potencialidades se podrá avizorar un futuro promisorio para esta rama que es muy importante y complementaria en

“Industria del Turismo” en el Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- AMÉRICA ECONÓMICA, Franquicias: Gerencia Rápida , Número 87, Septiembre de 1.994
- ANUARIO TURÍSTICO, Quito, Número 17, 1.994
- CANO COBOS Alejandro, Principios de Investigación, Quito, Editorial Universitaria, 1.986
- COMPTON'S INTERACTIVE ENCYCLOPEDIA, Franchise Fast Food, Copyright 1.993-1995
- COSAS, Franquicias : Nuevo estilo Gerencial, Freire Juan Francisco, Número 41, Agosto de 1.997 , pp. 70
- CHEF CARTA GASTRONÓMICA, Los Mejores Restaurantes, Número 2, 1987
- EKOS, Como Manejar con Éxito su Propio Restaurante, Número 14, Octubre de 1.994
- EKOS, Fast, Fast, Food, Número 27, Abril de 1.994
- ESCUELA DALY DE HOSTELERÍA Y TURISMO, Servicio de Comedor, Editorial Daly, S.
- FRANCHISE, Oportunite Guide, Número 58, 1.996
- FRIED, Michell O. Comidas del Ecuador, Quinta Edición, Quito, 1993

- GONZÁLEZ CAVIDO, La Experiencia de las Franquicias, Editorial Mc. Graw-Hill, primera Edición México 1.994
- LUNDERBERG, Donald E. , Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, España, Editorial Océano, Cuarta Edición, Quito, 11.986
- MASON Robert D., Estadística para Administración y Economía, México, Editorial, S.A., 1992
- INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, Plano Guía, 1.997
- OCÉANO UNO. Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Editorial Océano, 1.994

GLOSARIO

Accesible: La accesibilidad se da por la ubicación, y esto permite un ingreso fácil a un determinado lugar.

Acogida: Ser bien recibido, admitido o aceptado dentro de un mercado específico.

Actitud: Es el sentimiento o reacción mental con respecto a un asunto.

Adaptarse: Es el proceso de en el que alguien o algo se siente identificado con algo específico.

Adolescente: Fase del desarrollo psicológico de todo individuo, que comienza a los doce años con aparición de modificaciones morfológicas y fisiológicas, que caracterizan la pubertad. En el hombre es hasta los 18 años y en la mujer hasta los 16 años.

Agresivo: Medios fuertes para atacar y conseguir un fin.

Alimentos: Cualquier sustancia que pueda ser asimilada por el organismo y usada para mantener sus funciones vitales. Son asistencias que se dan para el sustento de una persona.

Alternativa: Opción entre dos cosas. derecho de las personas para ejecutar alguna cosa o gozar de ella alternando con otro.

Area: Zona o región. Espacio de tierra que ocupa un edificio, zona determinada a una cosa.

Anagrama: Palabra que resulta de la intervención o transposición de las letras de otra.

Asignar: Señalar lo que corresponde a una persona o cosa.

Atención: Acoger favorablemente o satisfacer un deseo.

Auténtico: Acreditado de cierto y positivo, que hace fe pública.

Banquetes: Son servicios que prestan algunos restaurantes o empresas especializadas en comidas, para dar servicio de atención en lugares determinados.

Bar: establecimientos con mostrador o barra, en el que se sirven bebidas y alimentos ligeros. Lugar o mueble donde se guardan las bebidas.

Bebida: Líquido que se ingiere por la boca, y está compuesto por la horchata o los medicinales y especialmente los alcohólicos.

Bufete: Servicio que presta un restaurante o compañía de comidas, en el cual los clientes pasan por un mostrador que contiene diferentes tipos de platos.

Cadena: Es el conjunto de restaurantes de la misma especie o función, pertenecientes a la misma empresa.

Cafetería: Local público donde se sirven cafés y otras bebidas y en ciertos casos aperitivos y comidas en la barra.

Calidad: Es la labor bien hecha desde todo punto de vista. Es el valor absoluto de un producto o servicio.

Cantina: Puesto público donde se venden bebidas y algunos comestibles.

Carta: Lista de manjares y bebidas que se pueden tener en un restaurante o lugar análogo.

Catering: Son servicios de comidas diferentes a los de un restaurante.

Un Catering es el acto de servir comidas en un determinado lugar como por ejemplo: colegios, escuelas, industrias, hospitales, fiestas, celebraciones etc. Este servicio es dado por empresas que suministran comidas.

Centros de diversión: Son lugares a los que van las personas a distraerse en su tiempo libre, estos pueden ser diurnos o nocturnos.

Censo: Padrón o lista de la población o riqueza de una nación o pueblo.

Cocina: Dependencia de una casa o local donde se elaboran comidas.

Utensilio con fogones y por lo general, horno para guisar. Por una parte ha sido considerada como el infierno en la tierra, oculto en las

zonas inferiores de un hotel o añadido de forma precaria a un restaurante autónomo y también ha sido asociada con una planta procesadora metódica con temperatura controlada, bien dirigida por personas experimentadas, un lugar de immaculado acero inoxidable con grandes máquinas para lavar ollas, cuberterías y vajillas. Un lugar digno de respeto y en el cual el trabajo se convierte en una delicia.

Comedor: *Pieza destinada para comer. Mobiliario de esta pieza.*

Comensal: *Persona que va a la mesa a expensas de otro, en cuya casa habita como familiar o dependiente, cada una de las personas que comen en la misma mesa.*

Compartir: *Repartir, dividir las cosas en partes.*

Control: *Comprobación, inspección, intervención, registro.*

Consumo: *Gastar en comestibles u otros géneros, el que hace la acción o el efecto de consumir (Gasto).*

Culinario: *Es todo lo referente a la cocina.*

Clasificación: *Puesto o lugar que se da a los restaurantes ,según la clase y tipo de servicio que preste a sus clientes.*

Cliente: *Respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios.*

Chef: Persona preparada y que ha estudiado gastronomía, con experiencia en todas las áreas de la cocina.

Cristalería: Es la parte de la vajilla que consiste en vasos, copas y jarras de cristal.

Cubertería: Instrumentos que se usan en casas o restaurantes para servirse las comidas.

Dátiles: Fruto comestible de la palmera.

Datos: Antecedentes necesarios para llegar al conocimiento exacto de una cosa. Documento, testimonio, fundamento.

Decaer: Ir de mas a menos.

Demanda: Parte del mercado que necesita de la oferta bienes o servicios para que cubra sus necesidades.

Demanda específica: Representa a la demanda específica frente a un segmento específico.

Democracia: Sistema de Gobierno en que la soberanía pertenece al pueblo, que ejerce el poder bien directamente o bien por medio de representantes. Nación gobernada de esa manera.

Demografía: Ciencia cuyo objeto es estudiar la población.

Desechable: Se nombra así a cualquier cosa que se reprueba, excluye o menosprecia.

Digestión: Es la función de un ser vivo mediante la cual se asegura su nutrición.

Disponibilidad: Calidad de disponible. Que cuenta con suficiente tiempo para realizar algo.

Directivo: Persona que forma parte del directorio general de una empresa.

Diversidad: Abundancia de cosas distintas.

Dominio: Poder que uno tiene como empresa sobre el mercado.

Eficiente: Facultad para lograr un efecto determinado. Utilización racional de los recursos productivos, adecuándolo a la tecnología existente.

Elaborar: Preparar o confeccionar un producto por medio de un trabajo adecuado.

Empresa: Es una sociedad mercantil o industria.

Encopetados quiteños: Señores de la alta sociedad de Quito. Antiguamente denominados así.

Encuestas: Averiguación o pesquisa. Acopio de datos obtenidos, mediante consulta o interrogatorio.

Endibia: Planta. Variedad cultivada de modo especial.

Entrega a domicilio: Servicio que presta un restaurante determinado de su comida al llevarla a un sitio indicado.

Entretenimiento: Preparación previa para realizar cierto trabajo.

Epoca: Era, fecha histórica que se utiliza para cómputos cronológicos. Período de tiempo que se señala por los hechos históricos durante él acontecidos. Cualquier espacio de tiempo. Temporada de considerable duración que se usa para denotar que un hecho dejará larga memoria.

Especialidad: Producto en cuya preparación sobresalen una persona, establecimiento, región, etc.

Estructura: Distribución de las partes de un edificio, del cuerpo o de otra cosa. Armadura de un edificio. Orden con que está compuesta una obra de ingenio.

Estilo: Manera peculiar o privada de un restaurante para hacer sus cosas.

Etiqueta: Ceremonial que se debe observar en las cosas reales y en actos públicos solemnes.

Evento: Son acontecimientos que se realizan para satisfacer necesidades de celebración.

Exigencias: Cobrar fuerzas para reclamar algo que es justo para alguien. Es pedir un mejor estilo de vida.

Exito: Fin o terminación de un negocio o dependencia. resultado feliz de un negocio, actuación, etc.

Facilidad: Disposición para hacer una cosa sin gran trabajo.

Farra: (Pez de agua dulce) Se da esta denominación a una celebración, juerga, etc.

Funcionamiento: La forma como opera un negocio, es el suceso de funcionar.

Franciscana: Viene de San Francisco de Quito.

Franquicia: Este término proviene del vocablo francés "franc" que significa "libre". Literalmente y de acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua tiene el significado de "privilegio". En el ámbito comercial, dicho privilegio se evidencia básicamente cuando el propietario de un negocio con las mismas características, incluyendo su marca y tecnología, en un punto geográfico diferente. a cambio, esta persona debe pagar una retribución económica, compuesta esencialmente de una cuota inicial y de pagos periódicos, conocidos como regalías.

Frecuente: Repetir un acto o una acción muy a menudo. Tratar con frecuencia a alguien.

Fritada: Conjunto de cosas fritas.

Gama: Variedad de productos. Que se puede presentar varias opciones en cuanto a diversidad de productos.

Garantía: Asegurar una cosa para protegerla contra algún riesgo.

Gastronomía: Conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con el buen comer.

Generación: Acción y efecto de engendrar, procrear. Conjunto de personas de similar edad.

Guardarropa: Armario donde se guarda la ropa.

Guatita: Comida preparada con el vientre o panza de ganado vacuno.

Guerra de Precios: Competencia, por brindar un producto igual o mejor a un precio más conveniente.

Guisante: Acción de cocer alimentos en una salsa después de rehogados, ordenar, aderezar alguna cosa.

Hilo musical: Secuencia. música que es agradable al oído y se sigue en un determinado lugar.

Ideología: Conjunto de ideas, creencias y módulos del pensamiento que caracterizan a un grupo, clase, etc.

Idóneo: *Que tiene disposición o aptitud para una cosa.*

Imagen: *Representación gravada, dibujada o esculpida de una persona o cosa. Reproducción mental de un objeto a través de los sentidos.*

Implicación: *Relación o repercusión que entraña una cosa.*

Incremento: *Aumento, acercamiento. Parte aumentada.*

Influencia: *Efecto producido a distancia. Poder, autoridad de una persona para intervenir en un negocio.*

Ingreso: *Acto de ser admitido en una corporación, de empezar a gozar de un empleo etc. Prueba que se realiza para iniciar unos estudios.*

Instrumento: *Objeto o maquinaria necesaria para obtener resultados de un trabajo.*

Inmigrantes: *Llegar a un país para establecerse en él.*

Instalación: *Poner en posesión de un empleo o beneficio. Colocar en un lugar o edificio los aparatos o accesorios que en el se hayan de utilizar.*

Inversión: *Empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de la reserva de bienes productivos. Persona que obtiene*

directamente una imagen positiva sobre la capa fotosensible impresionada.

Laborar: *Gestionar o entregar con algún designio.*

Lencería: *Conjunto de ropa blanca o uniforme de una persona o grupos de personas, familias etc.*

Líder: *Jefe dirigente con la aceptación voluntaria de sus seguidores. El que va a la cabeza de una clasificación.*

Ligero: *Que pesa poco. Hábil, veloz. Leve de poca importancia y consideración.*

Malestar: *Indisposición o incomodidad imprecisa. Inquietud moral.*

Mantener: *Proveer de alimento necesario. Conservar una cosa. Defender una opinión o sistema.*

Marca: *Instrumento para indicar su calidad, peso o tamaño. Señal hecha en una persona, animal o cosa para distinguirla o indicar calidad o pertenencia.*

Menú: *Minuta, lista de comidas. El menú constituye la forma de presentación de los platos de un restaurante para llegar a un mercado determinado. Es un punto crítico de éxito..*

Mercado: Lugar donde se compran y venden mercancías. Encuentro de las ofertas y demandas individuales que determinan el precio de una mercancía.

Mesa: Mueble que se compone de una tabla lisa, sostenida por uno o varios pies y que sirven para comer u otros usos.

Mesero: Persona que tiene como oficio atender a las mesas.
Camarero.

Modalidad: Modo de ser o manifestar una cosa.

Mobiliario: Conjunto de muebles que se necesitan para la decoración de un local. Parte física de cualquier establecimiento.

Necesidad: Manifestación periódica adquirida de la tendencia a cumplir ciertos actos o a utilizar determinados objetos.

Negocio: Cualquier ocupación, empleo, o trabajo. Todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa o de interés, negociación.

Nivel de precios: Índice de precios. Promedio de costos de bienes y servicios. Generación de ofertas más bajas.

Posicionamiento: Estar por sobre el resto de la competencia.

Público: Manifiesto, notorio, visto o sabido por todos, común.
Perteneciente al pueblo.

Platos congelados: estos se dan desde las comidas más simples o de peor calidad hasta las recetas de los chefs más sofisticados. El proceso es rápido y se requiere de muy bajas temperaturas, utilizando nitrógeno líquido y dióxido de carbono, lo que reduce el daño de la estructura celular del alimento. Algunos artículos incluso mejoran al ser congelados como por ejemplo los productos horneados

Precio: Valor pecuniario en que se estima una cosa. Estimación o crédito.

Precio total de una cosa que se ajusta sin detallar conceptos.

Rapidez: Que tarda poco tiempo en realizar algo.

Recepción: Recibir, acoger.

Relajado: Persona que toma con menos severidad la observancia de las cosas, leyes, reglas, estatutos, etc.

Reposición: Volver a poner; construir, colocar una persona en el lugar que le pertenecía.

Reputación: Fama que uno tiene como sobresaliente en una ciencia, arte o profesión.

Requisito: Circunstancia o condición necesaria para una cosa.

Restaurante: Establecimiento donde se sirven comidas.

Salón: Sala, cualquier local espacioso o despejado.